

STUDI EVALUASI STRATEGI PERJALANAN WISATA PENGENALAN PADA DESTINASI WISATA PRIORITAS JOGLOSEMAR

Yolanda Pratiwi¹, Myrza Rahmanita², Sri Mariati³
Institut Pariwisata Trisakti^{1,2,3}
yolanda@gmail.com¹

ABSTRAK.

Tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi strategi perjalanan wisata pengenalan pada destinasi wisata prioritas Joglosemar. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil menunjukkan perjalanan wisata prioritas Joglosemar merupakan strategi promosi yang efektif untuk memperkenalkan destinasi pariwisata di Indonesia. Selama perjalanan wisata terdapat hambatan seperti, faktor cuaca, susah sinyal, pendamping *guide* yang belum handal, keterlambatan pelaksanaan acara dan waktu posting konten. Simpulan dari seluruh perjalanan wisata berjalan dengan baik dan dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh Kemenparekraf sehingga tujuan kegiatan dapat tercapai

Kata Kunci: Destinasi Wisata Prioritas, Kunjungan Keluarga, Kunjungan Pengenalan, Studi Evaluasi.

ABSTRACT

The purpose of this study is to evaluate the introductory tourism travel strategy for the priority tourist destination of Joglosemar. This research method uses a qualitative approach. The results show that the priority tour of Joglosemar is an effective promotional strategy to introduce tourism destinations in Indonesia. During the tour there are obstacles such as weather factors, poor signal, unreliable guide companions, delays in event implementation and content posting time. The conclusion of the entire tour went well and was able to achieve the targets set by the Ministry of Tourism and Creative Economy so that the objectives of the activity could be achieved.

Keywords: *Evaluation Study, Familiarization Trip, Fam trip, Priority Tourism Destinations.*

PENDAHULUAN

Covid-19 merupakan wabah yang menyebar di seluruh negara di dunia sehingga ditetapkan sebagai pandemi oleh *World Health Organization* (WHO). Pandemi Covid-19 tidak hanya berdampak pada sektor kesehatan saja tetapi juga sangat berdampak negatif pada sektor pariwisata di Indonesia. Pemberlakuan PPKM menuntut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk berpikir cara memperbaiki kondisi sektor pariwisata dengan menjadikan pandemi Covid-19 sebagai realita baru dan peluang-peluang baru (Pham, 2022). Strategi tersebut diawali dengan dilakukannya pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Bidang Pemasaran Pariwisata Nusantara dengan menerapkan paradigma baru kepariwisataan yang dapat memperbaiki kondisi sektor ekonomi dan tetap memperhatikan protokol kesehatan.

Paradigma baru kepariwisataan yang disusun oleh Deputi Bidang Sumber Daya dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah disesuaikan dengan protokol kesehatan yang telah dijelaskan oleh Kementerian Kesehatan untuk menekan angka penyebaran Covid-19. Paradigma baru kepariwisataan dapat mendukung pemasaran pariwisata di Indonesia untuk memperbaiki kondisi pariwisata dengan menyusun berbagai strategi untuk memperkenalkan destinasi wisata kepada wisatawan. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) melalui Direktorat Pemasaran Pariwisata Nusantara telah melakukan berbagai strategi untuk memasarkan pariwisata kepada masyarakat.

Salah satu strategi pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Kemenparekraf/ Baparekraf adalah melalui perjalanan wisata pengenalan atau Familiarization Trip (Fam Trips) Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 5 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Perjalanan Wisata Pengenalan mendefinisikan perjalanan wisata pengenalan adalah suatu kegiatan membawa orang atau sekelompok orang, berdasarkan program perjalanan tertentu, untuk mengunjungi daya tarik wisata dalam rangka pengenalan dan/atau promosi pariwisata.



Gambar 1. Paradigma Baru Kepariwisataan (Sumber: Materi Presentasi Deputi Bidang Sumber Daya dan KelembagaanKemenparekraf/ Baparekraf, 2022)

Gambar 2. Kegiatan Perjalanan Wisata Pengenalan Tahun 2022

(Sumber: Direktorat Pemasaran Pariwisata Nusantara, Deputi Bidang Pemasaran, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)

Gambar di atas menunjukkan bahwa Direktorat Pemasaran Pariwisata Nusantara telah menyelenggarakan kegiatan perjalanan wisata pengenalan di berbagai destinasi wisata prioritas di Indonesia. Pelaksanaan kegiatan perjalanan wisata pengenalan di kawasan Joglosemar telah dilakukan sebanyak tiga kali. Peserta pada setiap pelaksanaan perjalanan wisata pengenalan di kawasan Joglosemar berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda yaitu pengelola desa wisata, biro perjalanan wisata, pelajar/mahasiswa, *key opinion leader*, dan media. Meskipun berasal dari latar belakang yang berbeda-beda diharapkan dengan mengikuti perjalanan wisata pengenalan dapat membantu mempromosikan destinasi pariwisata prioritas di kawasan Joglosemar agar dapat meningkatkan jumlah pelaku wisata yang mengunjungi destinasi wisata di kawasan Joglosemar.

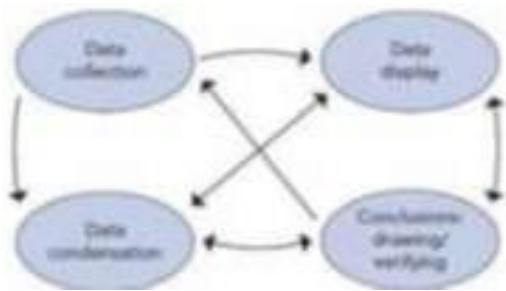
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dapat digunakan sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis evaluasi strategi perjalanan wisata pengenalan pada wisata prioritas di Indonesia studi kasus pada Joglosemar.

Pada penelitian ini data primer yang digunakan adalah wawancara mendalam kepada responden. Pertanyaan wawancara yang akan diberikan bersifat terbuka dan telah dirancang untuk mendapatkan informasi-informasi terkait. Pengumpulan data melalui wawancara membutuhkan informan yang mengetahui secara langsung tentang fenomena yang diteliti. Bentuk dari wawancara yang digunakan wawancara gabungan antara terstruktur dan tidak terstruktur yang ditujukan kepada informan, *key person*, hingga para *stakeholders*. Melalui informan tersebut peneliti dapat memperoleh data dan informasi mengenai fenomena penelitian. Teknik wawancara ini bertujuan untuk melihat evaluasi strategi perjalanan wisata pengenalan pada wisata prioritas di Indonesia.

Data sekunder yang digunakan penelitian dalam mengevaluasi strategi perjalanan wisata pengenalan pada wisata prioritas di Indonesia studi kasus pada daerah Yogyakarta ini adalah jurnal dan buku serta laporan yang terdapat di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang dapat digunakan untuk mendukung hasil penelitian. Setelah mendapatkan hasil data primer dan sekunder yang direncanakan, peneliti akan menganalisis hasil

wawancara dengan Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman *dalam* Endarto & Martadi (2022) Model Analisis Interaktif terdiri dari 3 (tiga) alur kegiatan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.



Gambar 3. Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman
(Sumber: Endarto & Martadi, 2022)

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di wilayah Yogyakarta, Solo, dan Semarang yang selanjutnya disebut dengan Joglosemar. Lokasi tersebut dipilih karena menjadi salah satu wilayah yang menjadi destinasi prioritas pariwisata di Indonesia. Adanya destinasi prioritas pariwisata di Indonesia membuat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) melaksanakan Program Perjalanan Wisata Pengenalan. Berikut merupakan peta lokasi penelitian untuk menjelaskan mengenai lokasi tempat penelitian ini dilakukan.



Gambar 4. Peta Destinasi Prioritas Yogyakarta, Solo, Semarang (Joglosemar)
(Sumber: Google, 2022)

Penyelenggaraan kegiatan perjalanan wisata pengenalan di daerah Joglosemar pada tahun 2022 telah dilakukan sebanyak 3 kali dengan mengundang berbagai peserta mulai dari biro perjalanan, media, *key opinion leader* (KOL), hingga pelajar atau mahasiswa. Adapun kegiatan perjalanan wisata pengenalan di daerah Joglosemar



Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan Wisata Pengenalan Pertama
(Sumber: Laporan Kegiatan Perjalanan Wisata Pengenalan Destinasi Prioritas untuk Pasar Nusantara, 2022)

Kegiatan perjalanan wisata pengenalan di daerah Joglosemar pada tahun 2022 pertama kali dilakukan pada tanggal 28 hingga 31 Maret 2022. Kegiatan tersebut dilakukan di wilayah Yogyakarta dan Jawa Tengah dengan mengunjungi beberapa desa wisata diantaranya adalah Desa Wisata Candirejo, Desa Wisata Karangrejo, dan Desa Wisata Pentingsari. Berbagai kegiatan dilakukan pada perjalanan wisata pengenalan tersebut seperti kunjungan ke desa wisata untuk melihat potensi desa wisata dan mencoba pengalaman menikmati paket wisata yang ditawarkan serta pembekalan materi terkait dengan fotografi, digital marketing, dan pembuatan paket wisata bagi pengelola desa wisata.



Gambar 6. Dokumentasi Kegiatan Wisata Pengelanaan Kedua.

(Sumber: Laporan Kegiatan Perjalanan Wisata Pengenalan Destinasi Prioritas untuk Pasar Nusantara, 2022)

Kegiatan perjalanan wisata pengenalan yang kedua dilaksanakan pada tanggal 30 Juni hingga 2 Juli 2022. Berbagai kegiatan dilakukan dimasing-masing desa wisata, seperti di Desa Wisata Tinalah peserta berkesempatan untuk membuat kerajinan dari janur, *rock painting*, serta kegiatan menangkap ikan di Sungai Tinalah. Kegiatan yang dilakukan di Desa Wisata Karanganyar adalah membuat kerajinan gerabah, sedangkan kegiatan yang dilakukan di Desa Rejowinangun adalah belajar membuat olahan jamu khas Desa Rejowinangun dan belajar membuat blangkon.



Gambar 7. Dokumentasi Kegiatan Wisata Pengelanaan Ketiga.

(Sumber: Laporan Kegiatan Perjalanan Wisata Pengenalan Destinasi Prioritas untuk Pasar Nusantara, 2022)

Kegiatan perjalanan wisata pengenalan di daerah Joglosemar yang

ketiga dilakukan pada tanggal 19 hingga 22 Juli 2022. Kegiatan perjalanan wisata pengenalan ini merupakan kolaborasi Kemenparekrif dengan Garuda Indonesia untuk memperkenalkan dan mempromosikan destinasi wisata dan desa wisata yang berada di Jawa Tengah khususnya Magelang. Perjalanan wisata pengenalan yang ketiga ini dilakukan berbagai kegiatan untuk mengenalkan destinasi wisata khususnya di sekitar Candi Borobudur sebagai destinasi prioritas di Indonesia. Adapun kegiatan yang dilakukan pada perjalanan wisata pengenalan tahap tiga ini antara lain bermain jetski di Pantai Marina Semarang, berkeliling di kawasan Kota Lama Semarang dengan menggunakan sepeda, mengunjungi Desa Wisata Candirejo, mengunjungi Rumah Atsiri, kegiatan Jeep Lawu Adventure, hingga pada hari terakhir menikmati pengalaman spa di Public Facilities Hotel Alila.

Analisis Penyelenggaraan Perjalanan Wisata Pengenalan pada Wisata Prioritas di Daerah Joglosemar

Perjalanan wisata pengenalan atau dikenal pula dengan *Fam trip* menjadi salah satu dari 5 kegiatan utama Direktorat Pemasaran Pariwisata Nusantara. Adapun kegiatan lain dari Direktorat Pemasaran Pariwisata Nusantara adalah misi penjualan atau *sales mission*, pameran, festival, dan kerja sama terpadu.



Gambar 8. Kegiatan Utama Direktorat Pemasaran Pariwisata Nusantara

(Sumber: Direktorat Pemasaran Pariwisata Nusantara)

Program perjalanan wisata pengenalan dilakukan dengan tujuan untuk mengenalkan destinasi pariwisata kepada khalayak ramai dengan melalui berbagai media seperti media cetak, media sosial, dan media televisi. Sasaran program perjalanan wisata pengenalan adalah *influencer*, artis atau *key opinion leader*, media, *travel agent*, hingga pengelola wisata yang dapat menjadi ajang promosi yang bagus dan dapat secara tidak langsung mengarahkan orang untuk mengunjungi lokasi wisata tersebut.

***Planning & Invitation* (Tahap Perencanaan dan Undangan)**

Komunikasi Awal dan Promosi *Fam TrSip*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur Pemasaran Pariwisata Nusantara selaku penyelenggara perjalanan wisata pengenalan dapat diketahui tahap perencanaan dan mengundang peserta. Metode pertama adalah menggunakan *influencer* dengan menentukan peserta kegiatan perjalanan wisata pengenalan terutama peserta yang merupakan *influencer* atau KOL dilakukan berdasarkan riset yang dilakukan oleh Kemenparekraf dan Metode kedua adalah dengan menggunakan edutrip yang merupakan kerja sama antara Kemenparekraf selaku penyelenggara dengan mahasiswa setempat. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa kesan pertama peserta terhadap kegiatan perjalanan wisata pengenalan yang diselenggarakan oleh Kemenparekraf adalah menyenangkan karena menambah pengalaman baru bagi peserta dalam mengunjungi desa wisata, menambah teman baru, dan dapat bertukar informasi mengenai pengelolaan desa wisata. Aktivitas selama kegiatan *Fam trip* juga sudah disiapkan dengan baik dan eksklusif

dengan adanya *welcoming dinner* dan *souvenir* yang dibagikan kepada peserta. Hasil tersebut sesuai dengan pendapat Baumgartner (2022) bahwa pada tahap perencanaan dan mengundang peserta untuk berpartisipasi merupakan hal yang penting dalam membangun kesan pertama yang baik oleh peserta kegiatan perjalanan wisata pengenalan.

Pada tahap pertama ini dapat disimpulkan bahwa perencanaan dan undangan yang dilakukan oleh Kemenparekraf terkait lokasi wisata yang dipilih sebagai destinasi wisata adalah daerah dengan target pergerakan wisatawan nusantara atau wisatawan mancanegara yang tinggi dapat menjadi prioritas pemilihan destinasi untuk melakukan kegiatan perjalanan wisata pengenalan. Sedangkan peserta perjalanan wisata yang dipilih adalah peserta yang dinilai berpengaruh dalam masyarakat seperti *influencer* atau *Key Opinion Leader*.

***Trip to Destination* (Perjalanan ke Destinasi)**

Perjalanan ke Destinasi Tujuan

Berdasarkan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa perjalanan menuju destinasi bermacam-macam mulai dari pesawat, *medium bus* dan *big bus*, serta mobil sesuai dengan kebutuhan menuju tempat destinasi wisata. Moda transportasi yang digunakan memberikan kenyamanan dan keamanan bagi masing-masing peserta *Fam trip*. Seluruh narasumber mengatakan bahwa suasana pemberangkatan terbangun dengan nyaman karena wisatawan pada saat keberangkatan di dalam mobil melakukan percakapan dan melakukan karaoke sehingga membangun kedekatan antar peserta. *Driver* mobil juga mengendarai mobil dengan nyaman tidak ugal-ugalan dan ramah sehingga wisatawan merasa nyaman

selama perjalanan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Chi (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh penyedia layanan akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan.

Kedatangan dan Transportasi di Destinasi Tujuan

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber penelitian, diketahui bahwa ketika peserta tiba di lokasi wisata diberikan *goodie bag* oleh Kemenparekraf yang berisi tas, buku, tanda pengenal, dan masker. *Goodie bag* yang diberikan oleh Kemenparekraf dapat memberikan kesan yang baik pada peserta *fam trip*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saeroji (2022) yang menunjukkan bahwa adanya souvenir atau *goodie bag* akan dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata.

Programme (Program) Aktivitas

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada peserta *fam trip*, diketahui bahwa kegiatan *fam trip* lancar dan sudah sesuai dengan program yang disusun oleh penyelenggara kegiatan. Selain itu, peserta *fam trip* merasa senang dikarenakan peserta dapat merasakan menjadi wisatawan sesungguhnya yang menikmati wisata di desa wisata. Program *fam trip* yang disusun dirasa menarik bagi peserta karena mendapatkan pengalaman-pengalaman baru selama kegiatan *fam trip* dilakukan.

Akomodasi yang diberikan oleh penyelenggara acara nyaman, bersih, dan kapasitasnya disesuaikan dengan jumlah peserta. Akomodasi yang diberikan oleh Kemenparekraf terdiri dari beberapa tempat seperti penginapan

di desa wisata dan penginapan di hotel bintang 3. Beberapa narasumber menyatakan hal yang sama mengenai kenyamanan akomodasi yang diberikan. Restoran yang disediakan Kemenparekraf cukup baik dan sesuai dengan menyediakan menu prasmanan yang dapat diambil sesuai dengan selera peserta *fam trip*.

Aktivitas yang dilakukan selama kegiatan *fam trip* sangat beragam dan berkesan bagi peserta *fam trip*. Salah satu aktivitas yang dilakukan adalah menangkap ikan dengan cara tradisional yang biasa dilakukan oleh warga desa setempat sebagai bentuk pelestarian lingkungan. Kegiatan tersebut melibatkan peran warga desa wisata untuk memperkenalkan budaya kepada wisatawan dan dapat meningkatkan ekonomi sekitar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber diketahui bahwa peserta kurang memiliki waktu bebas untuk mengeksplor wisata di destinasi wisata tersebut dan waktu yang disediakan oleh penyelenggara *fam trip* pada setiap destinasi dirasa kurang. Hal tersebut dikarenakan KOL tidak sempat untuk membuat konten yang bagus, agar dapat membagikannya secara *real-time* kepada follower-nya.

Responsibel Behavior

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur Pemasaran Pariwisata Nusatara Kemenparekraf, diketahui bahwa program *fam trip* termasuk program *community based tourism* atau pariwisata berbasis komunitas. Hal tersebut dapat diartikan bahwa seluruh kegiatan dalam *fam trip* didasarkan dengan komunitas lokal yang ada di daerah. Adanya pariwisata yang berbasis komunitas lokal diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di sekitar daerah wisata. Hal tersebut sebagai salah satu tanggung

jawab yang yang wajib dilakukan oleh Kemenparekraf sebagai bagian dari pemerintah yang bertanggung jawab untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Partners and Supplier

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur Pemasaran Pariwisata Nusantara Kemenparekraf, diketahui bahwa terdapat pihak-pihak eksternal yang mengikuti kegiatan *fam trip* diantaranya yaitu komunitas lokal yang terdapat di destinasi wisata seperti komunitas fotografi dan komunitas kreatif. Kedua komunitas tersebut mengikuti kegiatan *fam trip* salah satunya dengan berbagi cerita mengenai pengembangan produk-produk ekonomi kreatif yang dijadikan oleh-oleh di lokasi wisata tersebut. Kemenparekraf tidak dapat melaksanakan kegiatan *fam trip* tanpa bantuan dengan komunitas lokal dan *stakeholder* terkait mengenai pelaksanaan *fam trip*. Hal tersebut menunjukkan pentingnya wisata berbasis komunitas, sehingga semua pihak harus dilibatkan termasuk media, mulai media cetak, media elektronik, hingga media sosial.

Transportasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber diketahui bahwa selama kegiatan *fam trip* berlangsung transportasi yang digunakan untuk berpindah dari antar destinasi wisata adalah hiace. Hiace dipilih karena dapat menampung hingga 12 peserta *fam trip*. Transportasi yang disediakan oleh Kemenparekraf dinilai nyaman dan memiliki kualitas yang baik. Selain itu, driver yang ramah memberikan kesan yang baik bagi peserta *fam trip*.

Pada tahap kedua ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang dilakukan pada perjalanan wisata pengenalan berjalan dengan lancar baik

mulai dari perjalanan berangkat, hotel, acara, tempat wisata, makanan, dan perjalanan pulang berjalan dengan baik dan lancar. Interaksi dalam acara tersebut juga berjalan dengan maksimal baik interaksi antar peserta, interaksi peserta dan panitia, serta interaksi dengan masyarakat sekitar. Hal tersebut yang menjadikan kegiatan perjalanan wisata pengenalan dapat menjalankan programnya dengan sukses dan sesuai.

Return & Post Trip (Perjalanan Pulang)

Transportasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur Pemasaran Pariwisata Nusantara Kemenparekraf, diketahui bahwa transportasi yang digunakan untuk perjalanan kembali ke daerah asal bagi peserta *fam trip* berbeda dengan transportasi yang digunakan untuk menuju destinasi wisata. Perjalanan dari Jakarta menuju Jogja menggunakan kereta agar antar peserta dapat menceritakan pengalaman perjalanan dengan menggunakan kereta. Transportasi yang digunakan untuk perjalanan kembali yaitu pesawat. Hal tersebut dipilih agar peserta mengetahui bahwa terdapat bandara Yogyakarta *International Airport* sebagai sarana transportasi baru yang ada di Yogyakarta. Selain itu, transportasi yang digunakan untuk perjalanan kembali peserta edutrip yang merupakan mahasiswa dari Universitas Gadjah Mada adalah dengan menggunakan hiace. Hiace yang digunakan cukup nyaman dan memadai untuk mengangkut semua peserta *fam trip*.

Staying in Touch

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, diketahui bahwa mayoritas peserta *fam trip* sudah tidak berhubungan dengan peserta lain

ataupun penyelenggara *fam trip*. Namun, tetap ada narasumber yang tetap menjalin hubungan baik dengan penyelenggara *fam trip* seperti narasumber 5 yang telah mengikuti kegiatan *fam trip* sebanyak 3 kali.

Analisis Hambatan dalam Penyelenggaraan Perjalanan Wisata Pengenalan pada Wisata Prioritas di Daerah Joglosemar

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan diketahui bahwa salah satu kendala dalam pelaksanaan kegiatan perjalanan wisata pengenalan adalah cuaca. Pelaksanaan *fam trip* yang berada di bulan Maret dimana di Indonesia masih dalam musim penghujan. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidakpastian cuaca yang menghambat pelaksanaan *fam trip* yang banyak melakukan kegiatan outdoor.

Hambatan yang kedua adalah kondisi sinyal yang tidak stabil di lokasi kegiatan. Kegiatan perjalanan wisata pengenalan di kawasan Joglosemar banyak dilakukan di desa-desa wisata yang kondisi sinyal internet masih belum stabil. Sinyal internet yang stabil sangat diperlukan oleh peserta kegiatan untuk melakukan upload *Instagram story* ataupun *Whatsapp story* mengenai kegiatan perjalanan wisata pengenalan secara *real time*. Akibat dari sinyal internet yang kurang stabil peserta kegiatan perjalanan wisata pengenalan baru dapat melakukan *upload Instagram story* ataupun *Whatsapp story* saat sudah kembali ke hotel. Hambatan selanjutnya dalam kegiatan perjalanan wisata pengenalan adalah terbatasnya *guide* yang mendampingi peserta di kegiatan perjalanan wisata pengenalan saat ini dinilai masih belum memenuhi harapan dari Kemenparekraf yang menginginkan *guide* memiliki keterampilan *story telling* yang bagus agar sesuai dengan konsep yang disusun

oleh Kemenparekraf.

Kendala terakhir selama kegiatan perjalanan wisata pengenalan di kawasan Joglosemar dari sudut pandang penyelenggara kegiatan adalah adanya keterlambatan pelaksanaan acara yang salah satunya disebabkan oleh peserta kegiatan yang kurang dapat menyesuaikan dengan jadwal kegiatan yang telah disusun oleh penyelenggara. Ketidaktepatan waktu peserta tersebut akhirnya dapat membuat acara yang telah disusun menjadi mundur menyesuaikan dengan kegiatan yang dilakukan oleh peserta.

Evaluasi Penyelenggaraan Perjalanan Wisata Pengenalan pada Wisata Prioritas di Daerah Joglosemar

Penelitian ini menerapkan metode evaluasi *goal oriented* yang dikembangkan oleh Tyler. Metode evaluasi metode *goal oriented* dirancang untuk mendeskripsikan tujuan program yang telah berhasil. Model evaluasi ini menjadi model yang paling menekankan pada tujuan dari awal kegiatan dan keberlangsungan secara berkesinambungan. Model evaluasi *goal oriented* ini cenderung memiliki kemampuan cepat untuk menampung informasi penting yang digunakan dalam perbaikan program yang sedang berjalan. Secara eksplisit model evaluasi ini merujuk pada pencapaian tujuan dan sasaran program, sementara secara implisit model evaluasi ini bertujuan untuk melihat capaian kinerja yang telah dicapai oleh objek evaluasi (Sukarni, 2020).

Laporan Publikasi Kegiatan dan Target Wisatawan

Hasil dari kegiatan perjalanan wisata pengenalan tercapai dengan dikeluarkannya laporan publikasi kegiatan sebagai salah satu alat ukur pencapaian target kegiatan perjalanan

wisata pengenalan destinasi wisata yang terletak di daerah Joglosemar dan target Kemenparekraf untuk jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara tercapai

Social Listening Tools

Total *engagement* mengalami peningkatan dari periode sebelumnya yaitu sebesar 47,18% yang menandakan bahwa pada periode ini konten yang dibagikan oleh peserta perjalanan wisata pengenalan dari kalangan KOL telah menjangkau lebih banyak orang dibandingkan pada periode sebelumnya.

Hasil Kuesioner Mengenai Kepuasan Perjalanan Wisata Pengenalan

Pada laporan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada tanggal 28-31 Maret 2022 diketahui bahwa 61,1% peserta merasakan bahwa kualitas akomodasi yang disediakan sangat memadai, 61,1% peserta setuju bahwa kualitas makanan yang disediakan sangat enak, dan 83,3% peserta kegiatan merasakan bahwa kegiatan perjalanan wisata pengenalan memberikan manfaat bagi peserta kegiatan. Evaluasi kegiatan perjalanan wisata pengenalan yang dilakukan pada tanggal 30 Juni - 2 Juli 2022 diketahui bahwa 73,7% peserta beranggapan bahwa akomodasi yang disediakan sangat memadai, 84,2% peserta menganggap bahwa kualitas makanan yang disediakan sangat memadai, dan 52,6% peserta setuju bahwa atraksi wisata yang dikunjungi selama kegiatan perjalanan wisata pengenalan menarik.

Melalui evaluasi dapat mengetahui bahwa program yang telah dijalankan dapat tersampaikan dengan baik atau sudah sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam penelitian Putri & Yulianto (2016) menjelaskan bahwa setiap proses pengukuran kinerja membutuhkan suatu ukuran untuk

mengetahui tingkat keberhasilan atau capaian dari kinerja suatu perusahaan, salah satu ukuran yang dapat digunakan adalah Indikator Kinerja Kunci/ *Key Performance Indicator* (KPI). Sehingga dengan tercapainya target yang telah ditentukan sebelumnya menunjukkan bahwa tujuan dilaksanakan kegiatan perjalanan wisata pengenalan dapat tercapai. Sesuai dengan hasil penelitian Ningrum (2018) bahwa *output* dari kegiatan *Fam trip* ini akan berdampak terhadap jumlah kunjungan wisatawan.

SIMPULAN

Pertama, penyelenggaraan perjalanan wisata pengenalan di kawasan Joglosemar melalui *Fam Trip* merupakan strategi promosi yang efektif untuk memperkenalkan destinasi pariwisata di Indonesia yang dapat menarik minat wisatawan. Kedua, perjalanan wisata pengenalan daerah Joglosemar diketahui terdapat beberapa hambatan dan kendala yang terjadi selama jalannya kegiatan seperti, faktor cuaca, susah sinyal, pendamping guide yang belum handal, keterlambatan pelaksanaan acara dan waktu posting konten. Ketiga, perjalanan wisata pengenalan daerah Joglosemar pada hasil evaluasi akhir dapat disimpulkan bahwa seluruh kegiatan dapat berjalan dengan baik dan dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh Kemenparekraf sehingga tujuan kegiatan dapat tercapai

DAFTAR PUSTAKA

Baumgartner, C. (2022). *Guideline For Responsible Fam Trips In the Frame of the Joint Project "Sustainable Information and Press Trips" by Futouris and Turespaña*. Retrieved from https://futouris.org/wp-content/uploads/2024/07/2022_G

- [uideline-for-Responsible-Information-Trips.pdf](#)
- Chi, H. K., Huang, K. C., & Nguyen, H. M. (2020). Elements of Destination Brand Equity and Destination Familiarity Regarding Travel Intention. *Journal of Retailing and Consumer Services. ScienceDirect.* 52. 1–10.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.12.012>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2019). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi 12). Salemba Empat. Jakarta
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/510378/mod_resource/content/1/creswell.pdf
- Endarto, I., & Martadi, M. (2022). Analisis Potensi Implementasi Metaverse pada Media Edukasi Interaktif. *BARIK - Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 4(1), 37-51. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/48250>
- Ningrum, S. (2018). Analisis Pengaruh Kegiatan Promosi Familiarization Trip terhadap Efisiensi Promosi Pariwisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang. *UNEJ E-Proceeding*. Retrieved from <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9215>
- Pham, T., & Nugroho, A. (2022). Tourism-Induced Poverty Impacts of COVID-19 in Indonesia. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(2), 100069. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100069>
- Putri, E. D. H., & Yulianto, H. (2019). Evaluasi Kinerja Pengelola PT Taman Wisata Candi Unit Ratu Boko Yogyakarta untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Melalui Balance Scorecard. *Jurnal Bingkai Ekonomi (JBE)*, 1(1), 15-32. Retrieved from <https://itbsemarang.ac.id/sijies/index.php/jbe33/article/view/20>
- Saeroji, A. (2022). Strategi Pengembangan Museum Tosan Aji Purworejo dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(9), 3071-3076. <https://doi.org/10.47492/jip.v2i9.1276>
- Sukarni, S. (2020). Evaluasi Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan Program Studi Seni Rupa dengan Pendekatan Goal Oriented Evaluation Model. *Media Bina Ilmiah*. 14(11). 1–9. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i10.568>